

(19) 日本国特許庁 (J P)

(12) 公開特許公報 (A)

(11) 特許出願公開番号
特開2002-335520
(P2002-335520A)

(43) 公開日 平成14年11月22日 (2002. 11. 22)

(51) Int.Cl. ⁷	識別記号	F I	特許出願公開番号
H 0 4 N 7/173	6 4 0	H 0 4 N 7/173	6 4 0 Z 5 C 0 6 1
G 0 6 F 17/60	1 7 0	G 0 6 F 17/60	1 7 0 A 5 C 0 6 3
	Z E C		Z E C 5 C 0 6 4
H 0 4 H 1/00		H 0 4 H 1/00	B
1/02		1/02	F

審査請求 有 請求項の数 6 O L (全 8 頁) 最終頁に続く

(21) 出願番号 特願2002-42194 (P2002-42194)
(22) 出願日 平成14年2月19日 (2002. 2. 19)
(31) 優先権主張番号 特願2001-41567 (P2001-41567)
(32) 優先日 平成13年2月19日 (2001. 2. 19)
(33) 優先権主張国 日本 (J P)

(71) 出願人 500103975
株式会社メガポート放送
東京都千代田区一ツ橋一丁目1番1号
(72) 発明者 門永 達郎
東京都千代田区一ツ橋1-1-1 株式会
社メガポート放送内
(72) 発明者 小▲はま▼ 立郎
東京都千代田区一ツ橋1-1-1 株式会
社メガポート放送内
(74) 代理人 100086368
弁理士 萩原 誠

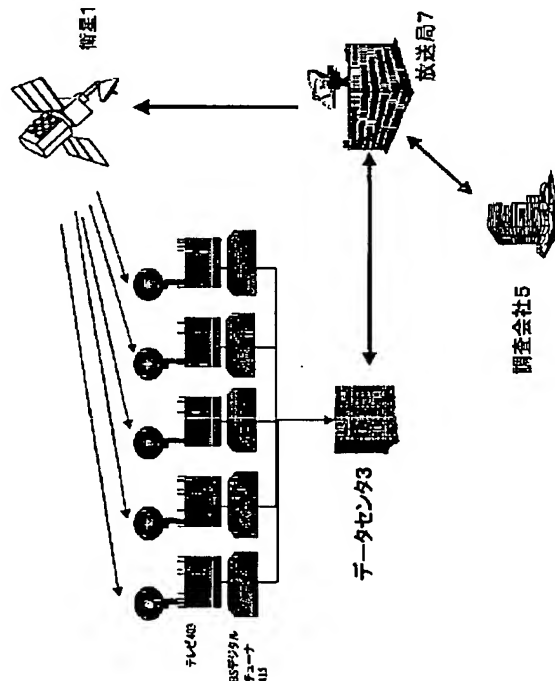
最終頁に続く

(54) 【発明の名称】 マーケティング調査用システム

(57) 【要約】

【課題】 低コストで同時に多くのサンプル数を獲得することができ、本人性の確保が容易なマーケティング調査用システムを提供すること。

【解決手段】 作成された調査番組は放送局7から衛星1（放送衛星、通信衛星等）に送信され、衛星1を介して各視聴世帯にあるチューナ415を備えたテレビ403に向けて放送される。調査番組に組み込まれていたアンケート項目に対する視聴者（ターゲット）からの回答データはデータセンタ3によって収集及び蓄積される。放送局7のデータ取得サーバ417はデータセンタ3から回答データを取得する。そして、その回答データを調査会社5で分析したのち調査レポートを調査発注企業に納品する。



BEST AVAILABLE COPY

【特許請求の範囲】

【請求項1】 デジタル放送の双方向性を利用したマーケティング調査用システムであり、
調査企画に基づくアンケート項目を含む番組を作成する番組作成手段と、
前記番組を所定の放送帯域を通じて放送する手段と、
前記番組の視聴者側で前記アンケート項目に対する回答を行う視聴者側回答手段と、
複数の視聴者側回答手段から回答データを収集する回答データ収集手段と、
前記回答データ収集手段から所定の回答データを取得する回答データ取得手段とを具備したことを特徴とするマーケティング調査用システム。

【請求項2】 請求項1に記載のマーケティング調査用システムにおいて、
前記番組がマークアップ言語によって作成されたことを特徴とするマーケティング調査用システム。

【請求項3】 請求項1又は請求項2に記載のマーケティング調査用システムにおいて、
前記視聴者側回答手段が、前記番組を受信するBSデジタルチューナを含むデジタルチューナと、前記番組を提示するテレビと、
前記アンケート項目への回答を入力するための入力装置と、
前記入力装置から受信した回答を蓄積して前記回答データ収集手段に送信する前記チューナとで構成されることを特徴とするマーケティング調査用システム。

【請求項4】 請求項1乃至請求項3のいずれかに記載のマーケティング調査用システムにおいて、
前記回答データが個人を特定できる番号を含み、
前記回答データ収集手段は、前記個人を特定できる番号から回答者の属性情報を導出する手段と、
前記回答データを蓄積する手段とを具備することを特徴とするマーケティング調査用システム。

【請求項5】 請求項4に記載のマーケティング調査用システムにおいて、前記個人を特定できる番号が、チューナ識別情報と、
前記チューナ識別情報に対して複数設けられる個人識別情報とで構成されることを特徴とするマーケティング調査用システム。

【請求項6】 請求項5に記載のマーケティング調査用システムにおいて、
前記チューナ識別情報がB-CAS番号であり、
前記個人識別情報が前記チューナを使用する家族の構成員を番号により規定したものであることを特徴とするマーケティング調査用システム。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】 本発明はデジタル放送のマーケティング調査用システムに係り、より具体的にはBS

デジタル放送を含むデジタル放送のマーケティング調査用システムに関する。

【0002】

【従来の技術】 従来から用いられているマーケティング調査の代表的なものとして、以下の4つの方法がある。

(1) 街頭アンケートによるもの

(2) ターゲット層を調査会社等の設置した場所に集めて行うもの

(3) 電話/FAX/ハガキ等のアンケートによるもの

(4) インターネットを利用したもの

【0003】

【発明が解決しようとする課題】 しかしながら、(4)以外の方法ではサンプル数を多くしようとした場合、それに比例して時間やコストを必要とする。一方、(4)のインターネットを利用したマーケティング調査としては、①アンケート項目をメール配信し、それに回答を入力したものを回答者から返信してもらうもの②ウェブサイト上にアンケート項目を掲示し、入力フォームに回答を入力したものを回答者から送出してもらうものがあげられる。前者は、回答対象者が電子メールを開封するまで調査は開始されないため同時性がなく、動画像を使った調査も困難であった。後者は、回答対象者が事業者サーバに自らアクセスすることを必要とするPULL型の情報であるため、やはり同時性がなく、同時に多くのアクセスがあった場合には輻輳がおきるという不都合が生じる。さらに、両者いずれの場合もメールアドレスは匿名性が高いため個人認証がしにくく、本人性の確保が困難であった。本発明は上記の点に鑑みてなされたもので、低コストで同時に多くのサンプル数を確保することができ、本人性の確保が容易なマーケティング調査用システムを提供することを目的とする。

【0004】

【課題を解決するための手段】 上記課題を解決するため、本発明はデジタル放送の双方向性を利用したマーケティング調査用システムであり、調査企画に基づくアンケート項目を含む番組を作成する番組作成手段と、番組を所定の放送帯域を通じて放送する手段と、番組の視聴者側でアンケート項目に対する回答を行う視聴者側回答手段と、複数の視聴者側回答手段から回答データを収集する回答データ収集手段と、回答データ収集手段から所定の回答データを取得する回答データ取得手段とを具備したことを特徴とする。上記マーケティング調査用システムの番組は、記述言語BMLによって作成されることが好ましい。上記視聴者側回答手段は、番組を受信するBSデジタルチューナと、番組を提示するテレビと、アンケート項目への回答を入力するチューナ用リモコンと、チューナ用リモコンから受信した回答を蓄積して回答データ収集手段に送信するチューナとで構成されることが好ましい。上記マーケティング調査用システムの回答データが、チューナ識別情報とそのチューナ識別情報

に対して複数設けられる個人識別情報とを含み、回答データ収集手段は、チューナ識別情報及び個人識別情報から回答者の属性情報を導出する手段と、回答データを蓄積する手段とを具備することが好ましい。上記マーケティング調査用システムのチューナ識別情報がB-CAS番号であり、個人識別情報がチューナを使用する家族の構成員を番号により規定したものであることが好ましい。

【0005】

【発明の実施の形態】次に、図1乃至図4を参照して本発明によるマーケティング調査用システムの実施の形態を詳細に説明する。図1は本発明の実施の形態を説明するフローチャート、図2は本発明の第1の実施の形態を説明するフローチャート、図3は本発明の実施の形態を説明する全体構成図、図4は本発明の第2の実施の形態を説明するフローチャートである。

【0006】本実施の形態の説明をする前に用語の説明を行う。BML (Broadcast Markup Language) : デジタル放送で使用される記述言語のことで、XMLの一種である。スクリプトとしてECMAScriptが使用できる。現在放送されているBSデジタル放送で使用されており、また、東経110°CS放送や地上波デジタル放送、デジタルCATV再送信でも使用される予定である。BSデジタルチューナ: BSデジタル放送を受信するためのチューナ。B-CAS番号 (B-CAS ID) : 「B-CAS」とはデジタル有料放送サービスの限定受信システム (CAS) の管理を委託する株式会社ビーエス・コンディショナルアクセスシステムズの略である。そして、B-CAS番号とはBSデジタルチューナ毎に付与されるB-CASカードの識別番号である。個人番号: B-CAS番号の下に設ける個人用の識別番号。例えば、1世帯に1つのB-CAS番号が付与されている場合、個人番号の登録によって世帯構成員を識別できる。

【0007】<第1の実施の形態>図3は本実施の形態を説明する全体構成図である。同図において、調査発注企業等から調査企画を通知された調査会社5はその企画に基づいたターゲットの設定、及びアンケート項目の作成を行う。その後、これらターゲットやアンケート項目に基づき放送局7において調査番組の作成が行われる。さらに、放送局7はターゲットに調査番組の告知を行う。作成された調査番組は衛星1 (放送衛星、通信衛星等) に送信され、衛星1を介して各視聴世帯にあるBSデジタルチューナ415を備えたテレビ403に向けて放送される。調査番組に組み込まれていたアンケート項目に対する視聴者 (ターゲット) からの回答データはデータセンタ3によって収集及び蓄積される。放送局7のデータ取得サーバ417はデータセンタ3から回答データを取得する。回答データは調査会社5で分析されたのち、調査レポートとして調査発注企業に納品される。本実施の形態では、衛星1によって放送される衛星放送を

BSデジタル放送とする。

【0008】図1は本実施の形態を説明するためのフローチャートである。当該チューナ415を備えたテレビ403を有す各視聴者は、本マーケティング調査のアンケート項目に回答するための前段階として、まずはじめに会員登録を行う。

【0009】(1) 処理101~103の説明

会員登録の申込み (101) に際しては101a~101cに示す3つのルートが用意されている。第1のルート: BSデジタルチューナ415を備えたテレビ403の画面上でチューナ415用リモコンを利用して必要事項を入力する (101b)。第2のルート: パソコン405等のインターネット端末を介して会員登録用に設けられたホームページにアクセスし必要事項を入力する (101c)。第3のルート: ハガキ又はFAXに必要事項を記入して (101a) データセンタ3に送る。記入内容はデータセンタ3の入力端末401によってデータ化される (103)。

【0010】(2) 処理105~113の説明

処理103でデータ化された記入内容は、処理105~113に示す登録受けプログラムで処理される。同プログラムではB-CAS番号、個人番号、氏名、住所、電話番号、生年月日等の必須項目の記入の有無を確認する (105)。すべて記入されていた場合には所定の情報 (B-CAS番号、個人番号、氏名、住所、電話番号、生年月日等) を会員情報データベース419に追加し (113)、申込み者を会員登録する。105の結果、未記入のものがあつた場合、未記入部分の記入を促す (109)。そして、必要事項の記入が完成 (111) したのち、所定の情報 (B-CAS番号、個人番号、氏名、住所、電話番号、生年月日等) を会員情報データベース419に追加し (113)、申込み者を会員登録する。

【0011】図2は本発明によるマーケティング調査用システム全体のフローチャートである。以下、本フローチャートに従って詳細を説明する。

【0012】(1) 処理201の説明

調査発注企業等から調査企画を通知された調査会社5はその企画に基づいたターゲットの設定、及びアンケート項目の作成を行う。

【0013】(2) 処理203の説明

処理201で作成された調査企画 (ターゲットやアンケート項目) に基づき放送局7において、調査番組の作成が行われる。本実施の形態では、マークアップ言語の1つであるBMLを使用して番組オーサリングを行うため、BMLオーサリング用端末409を使用する。調査番組にはアンケート項目の回答データをデータセンタ3に送信するためのプログラムが組み込まれる。

【0014】(3) 処理207の説明

この調査番組の放送データは衛星1 (放送衛星、通信衛

星等)に送信され、衛星1から発信される電波によって各視聴世帯にあるBSデジタルチューナ415を備えたテレビ403に向けて放送される。

【0015】(4)処理209~211の説明
BSデジタルチューナ415を備えたテレビ403では、この調査番組を受信することができる(209)。視聴者は調査番組に組み込まれていたアンケート項目に対して回答する(211)。その際、視聴者はチューナ415用のリモコンを利用して回答する。例えば、あるアンケート項目に対して「YES」と回答する場合はボタン1を、「NO」と回答する場合はボタン2を押下する。また、回答者はアンケートに回答する際に、会員登録の申込み時にデータセンタ3に送った個別番号のうち、自分の氏名に対応する個別番号をチューナ415用のリモコンを利用して入力する。

【0016】(5)処理213~214の説明
視聴者の回答データは一旦、BSデジタルチューナ415のメモリに蓄積される(213)。蓄積された回答データはBML内に記述された送信先(本実施の形態ではデータセンタ3側の電話番号)へ電気通信回線を通じて送信される(214)。このとき、回答データとともにB-CAS番号、個人番号、アンケート識別情報もデータセンタ3に送信される。

【0017】(6)処理215~223の説明
データセンタ3では回答データとともに受信したB-CAS番号及び個人番号から、その回答データが図1で説明した会員からのものなのか、非会員からのものなのかを判断する(215)。その結果、非会員からの回答データであった場合は、BSデジタルチューナ415に会員登録を促すメッセージを返送する(221)。一方、会員からの回答データであった場合は、回答データやB-CAS番号、個人番号から会員の属性情報を引き当てる(219)。回答データは会員の属性別に分類されるなどして、データセンタ3の記憶装置に蓄積される(223)。

【0018】(7)処理225の説明
放送局7のデータ取得サーバ417は処理223で蓄積された回答データをデータセンタ3から取得する。

(8)データセンタ3から取得した回答データは調査会社5で分析されたのち、調査レポートとして調査発注企業に納品される。

【0019】<第2の実施の形態>図3は本実施の形態を説明する全体構成図である。同図において、調査発注企業等から調査企画を通知された調査会社5はその企画に基づいたターゲットの設定、及びアンケート項目の作成を行う。その後、これらターゲットやアンケート項目に基づき放送局7において調査番組の作成が行われる。さらに、放送局7はターゲットに調査番組の告知を行う。作成された調査番組は衛星1(放送衛星、通信衛星等)に送信され、衛星1を介して各視聴世帯にあるBS

デジタルチューナ415を備えたテレビ403に向けて放送される。調査番組に組み込まれていたアンケート項目に対する視聴者(ターゲット)からの回答データはデータセンタ3によって収集及び蓄積される。放送局7のデータ取得サーバ417はデータセンタ3から回答データを取得する。回答データは調査会社5で分析されたのち、調査レポートとして調査発注企業に納品される。本実施の形態では、衛星1によって放送される衛星放送をBSデジタル放送とする。

【0020】会員登録の申込みについては、第1の実施の形態と同様である。図4は本発明によるマーケティング調査用システム全体のフローチャートである。以下、本フローチャートに従って詳細を説明する。

【0021】(1)処理501の説明
調査発注企業等から調査企画を通知された調査会社5はその企画に基づいたターゲットの設定、及びアンケート項目の作成を行う。アンケート項目については、視聴者からの回答データを番組に反映し、更に詳しい調査が行えるような形で企画される。

【0022】(2)処理503の説明
処理501で作成された調査企画(ターゲットやアンケート項目)に基づき放送局7において、調査番組の作成が行われる。本実施の形態では、マークアップ言語の1つであるBMLを使用して番組オーサリングを行うため、BMLオーサリング用端末409を使用する。調査番組にはアンケート項目の回答データをデータセンタ3に送信するためのプログラムが組み込まれる。また、視聴者からの回答データを番組に反映させる部分については、組み込むデータを後から挿入できる形で番組作成を行っておく。

【0023】(3)処理507の説明
この調査番組の放送データは衛星1(放送衛星、通信衛星等)に送信され、衛星1から発信される電波によって各視聴世帯にあるBSデジタルチューナ415を備えたテレビ403に向けて放送される。

【0024】(4)処理509~511の説明
BSデジタルチューナ415を備えたテレビ403では、この調査番組を受信することができる(509)。視聴者は調査番組に組み込まれていたアンケート項目に対して回答する(511)。その際、視聴者はチューナ415用のリモコンを利用して回答する。例えば、あるアンケート項目に対して「YES」と回答する場合はボタン1を、「NO」と回答する場合はボタン2を押下する。また、回答者はアンケートに回答する際に、会員登録の申込み時にデータセンタ3に送った個別番号のうち、自分の氏名に対応する個別番号をチューナ415用のリモコンを利用して入力する。

【0025】(5)処理513~514の説明
視聴者の回答データは一旦、BSデジタルチューナ415のメモリに蓄積される(513)。蓄積された回答デ

ータはBML内に記述された送信先（本実施の形態ではデータセンタ3側の電話番号）へ電気通信回線を通じて送信される（514）。このとき、回答データとともにB-CAS番号、個人番号、アンケート識別情報もデータセンタ3に送信される。

【0026】（6）処理515～523の説明

データセンタ3では回答データとともに受信したB-CAS番号及び個人番号から、その回答データが図1で説明した会員からのものなのか、非会員からのものなのかを判断する（515）。その結果、非会員からの回答データであった場合は、BSデジタルチューナ415に会員登録を促すメッセージを返送する（521）。一方、会員からの回答データであった場合は、回答データやB-CAS番号、個人番号から会員の属性情報を引き当てる（519）。回答データは会員の属性別に分類されるなどした後、放送局のデータ取得サーバ417に向けて送信される（523）。

【0027】（7）処理525～526の説明

放送局7のデータ取得サーバ417は処理523で送信された回答データを受信し（525）、それを元に放送データへの加工作業を行い（526）、そのデータを放送内容に反映させる（507）。

（8）データセンタ3から取得した回答データは調査会社5で分析されたのち、調査レポートとして調査発注企業に納品される。

【0028】図2～4及びその説明では、ターゲット設定やアンケート項目の作成、回答データの分析を調査会社5が行ったが、放送局内で行ってもよい。また、図2～4及びその説明において、データセンタ3の設置場所は放送局の内外を問わない。

【0029】また、本実施の形態ではBSデジタル放送で調査番組を放送する場合の説明を行ったが、東経110°CSデジタル放送、地上波デジタル放送、デジタルCATVでもよいことは明らかである。

【0030】このように、本発明の「デジタル放送を利用したマーケティング調査」によれば、低コストで本人性を確保することのできるマーケティング調査システムを実現することができる。この、本人性の確保により、視聴者を様々なグループに分け、その属性別の統計を取ったり、ある属性にのみ絞って回答をまとめ、調査会社にフィードバックするといったことが可能となる。

【0031】さらに、本発明によればPUSH型で全国一斉に調査内容を送信（放送）することで、同時性のあ

るマーケティング調査システムを実現することができる。さらに、本発明によれば低コストで鮮明な動画像を使うことのできるマーケティング調査システムを実現することができる。

【0032】さらに、本発明によれば、視聴者からの回答結果を番組に反映させ、更に詳しい調査を行うことにより、時間や手間をかけずに、より詳細な調査ができるマーケティング調査システムを実現することができる。

【0033】なお、本発明は、本実施の形態の説明に限定されず、例えば、記述言語としてBMLを使用したか、その他XHTMLなどのマークアップ言語を使用してもよい。また、本発明は、本実施の形態の説明に限定されず、例えば、入力装置としてチューナ用リモコンを使用したか、その他専用キーボードなどの入力装置を使用してもよい。

【0034】また、本発明は、本実施の形態の説明に限定されず、例えば、個人を特定できる番号としてB-CAS番号と個人番号とを使用したか、一人一人にユニークな番号を振ってチューナ内の記憶装置で管理するなどしてもよい。

【0035】

【発明の効果】このように、本発明によれば、低コストで同時に多くのサンプル数を獲得することのできるマーケティング調査用システムを提供することができる。さらに、本発明によれば、本人性の確保が容易なマーケティング調査用システムを提供することができる。

【図面の簡単な説明】

【図1】本発明の実施の形態を説明するフローチャート。

【図2】本発明の実施の形態を説明するフローチャート。

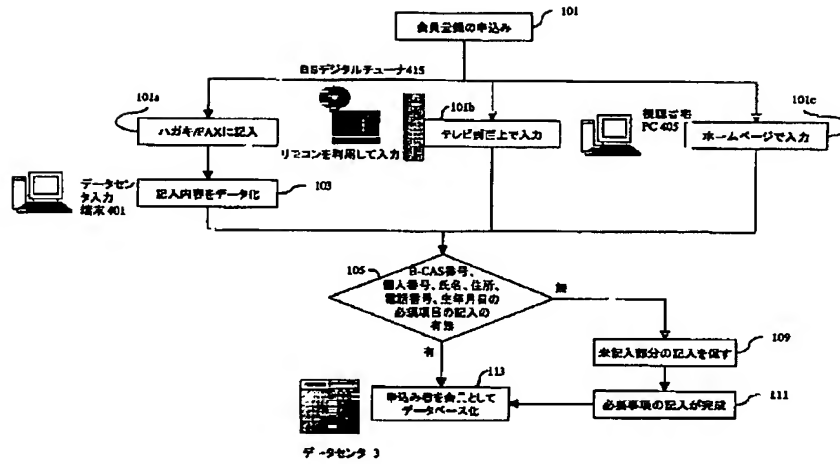
【図3】本発明の実施の形態を説明する全体構成図。

【図4】本発明の実施の形態を説明するフローチャート。

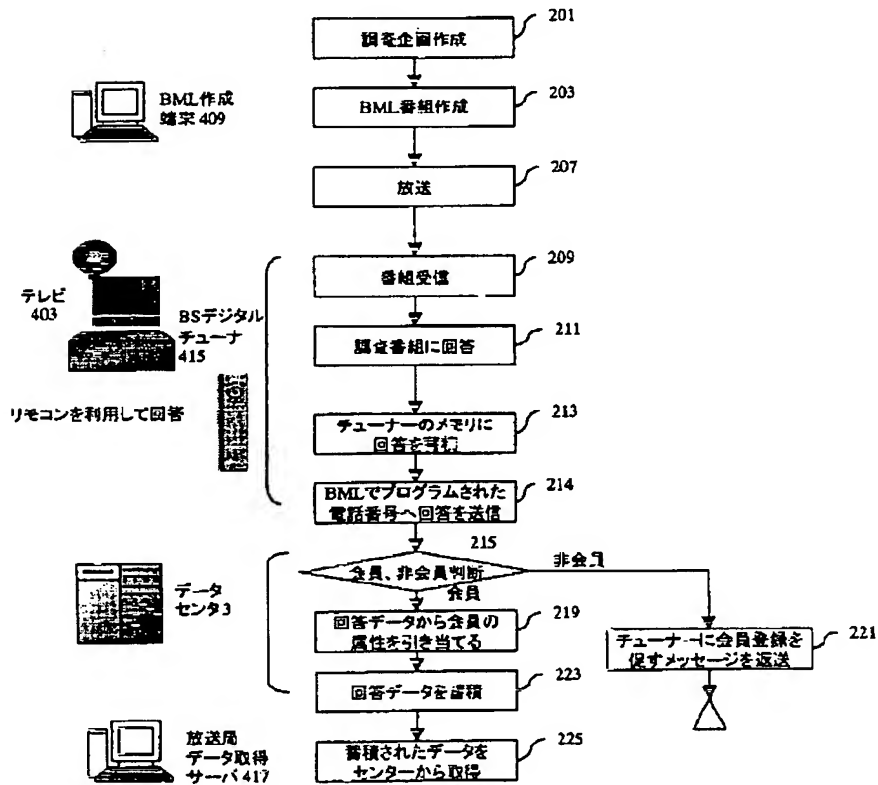
【符号の説明】

- 1 衛星
- 3 データセンタ
- 5 調査会社
- 7 放送局
- 403 テレビ
- 415 BSデジタルチューナ
- 417 放送局データ取得サーバ

【図1】



【図2】



!(8) 002-335520 (P2002-335520A)

(72)発明者 土井 昭人
東京都千代田区一ツ橋1-1-1 株式会
社メガポート放送内

Fターム(参考) 5C061 BB13 CC09
5C063 AB03 AB07 AC01
5C064 BA01 BB10 BC18 BC20 BC25
BD03 BD08